

ABSTRAK

Pelayanan pelanggan dalam bisnis menjadi salah satu faktor yang membedakan antara berhasil atau tidaknya suatu perusahaan. Pelayanan pelanggan yang optimal melibatkan komunikasi yang efektif antara *customer service* dan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh komunikasi interpersonal customer service terhadap kepuasan pelanggan pada Biznet Branch Jembrana Negara. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dari 150 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dari populasi pengguna aktif layanan internet Biznet selama tahun 2024. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linear sederhana menggunakan *software* IBM SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,808 yang menandakan bahwa terdapat hubungan sangat kuat antara variabel komunikasi interpersonal dan kepuasan pelanggan. Komunikasi interpersonal *customer service* (X) berpengaruh signifikan dan positif sebesar 65,2% terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Biznet Branch Jembrana Negara, sedangkan 34,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

Kata kunci: komunikasi interpersonal, customer service, kepuasan pelanggan, layanan internet